

WORKS CITED

- Alhamid, Thalha, Anufia, Budur “*Instumen Pengumpulan Data*” 2019:6.
- Auliasari, Karina, Kertaningtyas, Mariza, Basuki, Diah Wilih Lestaring. “*Penerapan AIDA Pada Pembuatan Konten Digital Marketing Kreasi Kayu MMUX*”. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol 21, No.3, PP 341-349. 2021. Web.
- Brett Hutchins, David Rowe, Jurnal Komunikasi Internasional, Reconfiguring Media Sport for the Online World: An Inquiry into “*Sports News and Digital Media*” oleh. 2010.
- Dadang, & Heriyanto, F. 2020. “*Pengaruh Briefing Kerja Dan Peran Supervisor Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Gmf Aeroasia Tbk*”. Dynamic Management Journal, 4(1), 53–60. <https://doi.org/10.31000/dmj.v4i1.2490> Marketing Communication. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- DIAN SATIVA, “*MEDIA ONLINE DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI*”: (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS), 2010.
- F, Rangkuti, “*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (2009). Web.
- George R. Terry, “*Prinsip-Prinsip Manajemen*”, Jakarta: Bumi Aksara. 2016. 156.
- Hadi, Sutrisno. “*Metode Research: Untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis dan Disertai*” 1986: 130. Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- Haris Herdiansyah, “*Wawancara, Observasi dan Focus Group*”, Jakarta: PT RajaGrafindo, Persada, 31.
- James C. Foust, Online Journalism “*Principles of News for the Web*”, Bowling Green State University, 2005:120.
- Kholifah M.Pd, Siti. “*Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Markting*”. *Kelebihan dari Pemasaran Digital Dibanding Dengan Pemasaran Konvensional*, 24 Agustus.2022. Web.
- Kotler, P., H. Kartajaya, dan Iwan S. (2017). “*Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*”. New Jersey: John Wiley & Sons. p. 125-134.

Lieb, Rebecca. “Content Marketing”. 30 January, 2018. New Research – Global Content Strategy:

This is going to be Big. Web.

Luttrell, R. (2015). “Social media: How to Engage, Share and Connect”. Rowman & Littlefield Publishers, 40.

Nathalia, Merari Christine. “Proses Produksi Konten Instagram Akun *agendakota.id*”. Surabaya: Universitas Katholik Widya Mandak. 2022. Web.

Pertiwi, Dewanti & Gusfa, Henni. “Pengaruh Content Marketing Terhadap pembentukan brand awareness pada kalbis institute”. Jurnal media kom, vol.viii, No. 2, Desember 2018. Web.

Prahesty, Asytha Ayu. “Pembuatan Konten Visual Kreatif di Instagram”. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan, 2020. Web.

Prasetyo Wati, Andy, Aulia Martha, Jefry, Indrawati, Aniek. “Digital Marketing”. Kabupaten Malang: Edulitera (Anggota IKAPI – No.211/JTI/2019).

Romli, Asep Samsul M, “Jurnalistik Online”.31.Printed.

Santana K, Septiawan, “Jurnalisme Kontemporer”, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.

Sekaran, Uma, 2007. Research Method For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis), Edisi 4. Jakarta: Salemba 4

Sharp, Cynthia. “THE SOCIAL MEDIA STRATEGIST: SOCIAL MEDIA CONTENT, 82-83.

Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”, (Bandung, Alfabeta, 2013), 137.

Sugiyono, “Statistika Untuk Penelitian”, CV. Alfabeta, Bandung, 2006: 9.

Sugiyono, 2016, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta”, Bandung, 244.

Sugiyono. (2013). “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung”: Penerbit Alfabeta, p. 240

Suharsimi Arikunto. 2007. “Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan”. Jakarta: Bumi Aksara.

Sulaksana, Uyung. 2003. Integrated STRATEGY.”GPSolo, JSTOR vol. 34, no. 4, (2007): 82–83.

Suprawoto. “Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia”. Edisi Pertama, Jakarta: Prenadamedia, 2018. Web.

W, Wardiana. “Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia”. 2002. Web.

Wardiana, Wawan. “Peranan Teknologi Informasi Pada Era Globalisasi”. Jurnal Manajemen & Sistem Informasi. Vol 2, No 3. Oktober 2003. Web.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Proses Produksi Konten Untuk Menarik Calon Pekerja Migran Indonesia Melalui Media Daring PT. Duta

Wibawa Manda Putra Yogyakarta

Dea Nada Saragih, Cisy Dewantara Nugraha, M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Yacob, Jessica Inez. *“Proses Produksi Konten Promosi Creative Design Agency Melalui Instagram @hdadvertising”*. Laporan Kerja Praktik. Surabaya: Universitas Katholik Widya Mandala. 2021. Web.